



【無料レポート】
2012年
ちょんまげフェイスブック脱出

フェイスブック人脈から
無意識の人脈傾向を診断！
過去の自分を超越る
新しい自分の見つけ方

ソーシャルグラフィクリエイター
植田 誠

■ ちょんまげフェイスブックとは？

「フェイスブックの友達を分析した結果、特定の傾向に偏って人脈形成されている状態」

「ちょんまげ」は「江戸幕府＝古い秩序」が倒れて明治の「新しい政府＝新しい秩序」が成立しているのに、古い秩序に従っている様を象徴します。

ダンバー数というものがあります。ダンバー数とは、人間にとってはおよそ150人くらい（100～230人）が「それぞれと安定した関係を維持できる個体数の認知的上限」、つまり安定的に維持できる人間関係の限界値のことです。

フェイスブックの友達をリアルな友達で作ると、通常はこのダンバー数を越えることはないと思います。

ダンバー数の範囲でリアルな友達とだけ交流するのも決して悪くはありませんが、新鮮な情報をキャッチするためにはリアルな友達を超えて新しい交流を生み出してゆく必要があります。

このレポートはフェイスブックを使って、もっと新しい交流を生み出し、新しい情報をキャッチできるようになって頂くことを目的にしています。

■特に女性はインターネットを使った人脈構築が難しい

女性には下記のような一般的な傾向があるのでフェイスブックだけで人脈を構築するという考え方は難しいといえます。

女子会などを主催したり、女子会にばかり参加されているという方はご注意ください。

① 保守的、警戒心が強い

自分のマイナス面を自覚しているのになかなか変化することができなかったり、新しいものや考え方に対して不安が強くて受け入れることが難しかったりします。

② 社会的価値が高いということを薄々意識している

女性の活躍は社会的に求められています。保守的で警戒心が強いため、社会に進出している女性は男性に比べると少数派であります。したがって、女性の存在には希少価値があるのです。

③ 集団心理が働きやすい

女性は女性同士では警戒心が緩み、女性同士の集まりには安心できます。ただ、女性同士だけの集まりですと一方的な価値観に強く引っ張られた方向に進みやすいのです。

■ 友達の分析

■ 友達の分析

以下のリンクを開けば、あなたのフェイスブック友達の一覧を見ることができます。

<https://www.facebook.com/friends>

さて、どのような印象を受けたでしょうか？

① 同世代同性が多い

これがいわゆる「ちょんまげフェイスブック」の状態。価値観の多様性が反映されていない状態です。

「このままじゃいけないと思っているんだけど、なかなか変わらないのよね・・・」という方はこのパターンです。

② 同世代同性が少ない

女性の場合は「ちょんまげ」より深刻な問題です。特に友達を分析してみたらオヤジばかりだったという人は要注意です。

「あの頃は楽しかったんだけど、こんなはずじゃなかった・・・」という方はこのパターンです。

男性でのこのパターンは健全なるただのスケベです(笑)が、女性でこのパターンだと心理的には「社会に対する甘えが抜けていない」ということなのです。

■ 友達形成の一般的原則

■ 友達形成の一般的原則

フェイスブックでもリアルでも、友達の形成には主に以下のような一般的原則が当てはまります。

- ① 友達の友達は友達である可能性が高い（2次の隔たりの原則）
- ② 共通の友達が多い人とは友達である可能性が高い（群れの原則）
- ③ 同じ写真に写っている人は友達である可能性が高い（集合写真の原則）
- ④ 同じイベントに参加した人とは友達の可能性が高い（共時性の原則）

その他にも、出身の学校が同じであるとか出身地居住地が同じであるとか、友達形成の一般原則があります。

フェイスブックで「友達ではありませんか？」という紹介はこのような一般原則を反映させているからです。

■カクテルパーティー効果

■カクテルパーティー効果

<http://ja.wikipedia.org/wiki/カクテルパーティー効果>

人間の耳は、カクテルパーティーのように、たくさんの人がそれぞれに雑談しているなかでも、自分が興味のある人の会話、自分の名前などは、自然と聞き取ることができるようになっています。

フェイスブックはそのようなカクテルパーティー効果を模倣してニュースフィードに表示させているのです。

つまり、情報の価値による取捨選択をしないとノイズが増えて大切なことが聴こえなくなってしまう。例えばツイッターのタイムラインは数百人をフォローするともはや収集がつかない状態になりますね。

■情報の主観的価値原則

■情報の主観的価値原則

フェイスブックは自分にとって重要な情報をニュースフィード上に表示させようとしています。当然、そのほうがサイトとしては面白いものになるからです。

自分にとって重要な情報というのは、主に以下のような原則をもとにフェイスブックでは計算して表示させています。

- ① 友達の情報は重要な情報の可能性が高い
- ② 「いいね！」やコメントがたくさんついている情報は重要な可能性が高い
- ③ 「いいね！」をしているページからの情報は重要な可能性が高い

■日本フェイスブックの特殊

■日本フェイスブックの特殊

①リアルを前提とはしなかった

日本のフェイスブックではツイッターの流行から派生して、フェイスブックを流行させようという「思惑」が働いているという動きがありました。私もその動きに乗っかりました(笑)

②いいね！という訳をあてた

海外版から翻訳するにあたり、海外の概念を極めて巧妙に日本に取り入れています。「いいね！」という翻訳もその一つです。

③ガラケーからスマートフォンへの発展とリンクした

日本のWEBサービスが携帯向けブラウザに対応し続けたかたわらに、フェイスブックはスマートフォン時代を予見して他より一歩早くスマートフォンに向けてアクションをしていました。

というより、海外でスマートフォンに対応するサービスを展開していたおかげでスマートフォン向けにわざわざ開発をすることなく、日本ユーザーがスマートフォンへ乗り換えることに沿ってフェイスブックの拡大が加速したといえます。

■いいね！は名訳

■いいね！は名訳

日本版フェイスブックでの「いいね！」という表現には「いい情報」という価値判断がどうしても働きます。実はこのことがつまらないネタは自動的に排除されるようなメカニズムを生み出しています。

このメカニズムにより、ニュースフィードに表示されている「いいね！」が多く集まった情報にはきちんとした情報である可能性が高いのです。

■FB友達とリアル友達には差があって当然

■FB友達とリアル友達には差があって当然

フェイスブックでの友達をリアルでの友達に出来るだけ近づけてゆくことが、フェイスブックが面白くなるコツであります。

しかし、リアルの友達とだけフェイスブックでも友達になるという完全一致の考え方ではフェイスブックが日常生活の延長線に過ぎないものになってしまいます。それでは面白くありません。

さて、フェイスブック上の友達を「FB友達」とし、実際に面識のある友達を「リアル友達」としましょう。

リアル友達は、たまたま「与えられた人間関係」で形成されている傾向が高いといえます。

就職活動をして人事の人もいい人だし、役員・社長も尊敬できる人物だった・・・

にもかかわらず、現場に配属されてみたら経営が人心掌握に失敗したキワモノぞろいだった(笑)、
というのはよくある話しです。

FB友達はより「望ましい人間関係」に近いはずなのです。そもそも、趣味で好きで始めたインターネットサービスなので与えられた関係であるはずがありません。

自分が友達になりたいと思って、また誰かが友達になりたいと思って友達リクエストを送り、リクエストを承認し、承認されないと友達関係は成立しません。

結果として意識的無意識的を問わず、望んでいる人間関係が広がってゆくのFB友達の特徴なのです。

■ ちゃんまげフェイスブックからの脱出計画

■ ちゃんまげフェイスブックからの脱出計画

FB友達と現実に出会う、リアルで出会った人をFB友達に加えてゆくという活動を繰り返すことで、FB友達はリアル友達の間関係に美しい影響を及ぼします。

FB友達はリアル友達の範囲に揺るぎを与える効果があります。それは、与えられた人間関係から望ましい人間関係へ徐々に変化してゆきます。

周りから来る友達リクエストを良く吟味することなく承認するという事は相手の都合に合わせた人間関係に流される与えられた人間関係です。

それは、無意識に食いものにされる人間関係が出来あがるということを物語っています。

食いものにされるのを恐れてフェイスブック人脈から距離をとればとるほど、出会いを避ければ避けるほど人間関係は狭くなってゆく、それが「ちゃんまげフェイスブック」となります。

■フェイスブックで良好な人脈を形成するには

■フェイスブックで良好な人脈を形成するには

最後に、フェイスブックをフル活用していい人脈を形成する基本原則を記します。

- ① フェイスブック内外から良いと思える情報を吸収してシェアしてゆく
- ② 自分にとって本当に良い情報を与えてくれる人を良く吟味して友達リクエストに応じる
- ③ 自分が何かのお役に立てるといふ相手に対して友達リクエストを送るようにする
- ④ 交流会などの機会を通して出会った方との縁を大切にする

【無料レポート】

あなたのフェイスブック人脈から、

無意識の傾向を診断します

～2012年～

ちょんまげフェイスブックからの脱出計画

<http://p.booklog.jp/book/41645>

著者：ソーシャルグラフィクリエイター 植田 誠

著者プロフィール：<http://p.booklog.jp/users/maxwelder/profile>

感想はこちらのコメントへ

<http://p.booklog.jp/book/41645>

ブックログのpapier本棚へ入れる

<http://booklog.jp/puboo/book/41645>

電子書籍プラットフォーム：ブックログのpapier（<http://p.booklog.jp/>）

運営会社：株式会社paperboy&co.